



POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Alena TREPEROVÁ

Název diplomové práce: Public relations vybraného podniku

Cíl práce: Vyhodnotit nástroje interního a externího Public relations ve společnosti Ahold Czech Republic a.s. a navrhnout nové možnosti komunikace v této oblasti.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Zuzana Švandová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce		x		
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		x		
Hloubka provedené analýzy		x		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	x			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		x		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady		x		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		x		
Formulování vlastních názorů diplomantem		x		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	x			
Stylistická úroveň práce		x		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací		x		

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jaké celkové finanční prostředky by firma musela vynaložit, kdyby chtěla všechny vaše návrhy realizovat?
2. Jaký je váš názor na možné využití online nákupů, Scan&Go nákupních košíků a Content marketingu pro prodejny Albert?
3. Na s.59 uvádíte nástroj „Face to face“ – do jaké skupiny komunikačních nástrojů byste tuto komunikaci zařadila (v teoretické části není zmíněna)?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

velmi dobře

Datum:31.5..2018.....

Podpis vedoucího diplomové práce





Diplomová práce se zabývá komunikací v oblasti Public relations, výsledkem diplomové práce jsou konkrétní doporučení pro komunikaci společnosti Ahold Czech Republic a.s., založené na průzkumu vnímání externího Public relations dané firmy. Tím byl cíl diplomové práce splněn.

Diplomantka prokázala schopnost orientovat se v dané problematice, teoretická část diplomové práce je přehledná, kapitoly mají logickou návaznost. Velmi dobře je zpracována třetí kapitola týkající se Public relations, která tvoří základ pro vyhodnocení komunikačních aktivit vybrané firmy i základ pro návrhovou část diplomové práce. Studentka rozšířila základní definice také o nový pohled na Public relations související s digitalizací komunikace.

Praktická část práce se soustředí na identitu vybrané firmy a současné interní a externí nástroje Public relations. Diplomantka provedla vlastní doplňkové dotazníkové šetření, zaměřené na vnímání externího Public relations firmy, s jednoduchým vyhodnocením (výběr vzorku – nejedná se o prostý náhodný výběr – s.68). Výstupem diplomové práce jsou doporučení pro úpravu komunikačních nástrojů, jak pro celkové zviditelnění organizace, nejsou zde popsány postupy aplikace ani finanční náročnost doporučovaných opatření.

Diplomantka se dobře zorientovala v teorii k dané problematice. Oceňuji i snahu o praktický přínos práce, návrhy jsou proveditelné.

